



## **ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN KORBAN KASUS KARTEL ASOSIASI PERUSAHAAN BAN DI INDONESIA**

**Arizal Pahlawan, Elisatris Gultom, Deviani Yuanitasari**

Universitas Padjadjaran, Indonesia

Email: Arizal24001@mail.unpad.ac.id, Elisatris.gultom@mail.unpad.ac.id,

Deviana.yuanitasari@mail.unpad.ac.id

---

<b>Article Info</b>	<b>Abstrak</b>
Submitted: 21-04-2025	<p>Kartel merupakan suatu bentuk kerja sama antara sekelompok pelaku usaha yang bertujuan untuk membatasi masuknya pesaing baru ke dalam pasar, sehingga pada akhirnya menimbulkan kerugian bagi konsumen. Salah satu contoh kasus kartel yang pernah terjadi di Indonesia adalah kartel ban kendaraan, di mana sejumlah produsen melakukan pengendalian harga serta penurunan harga secara terkoordinasi selama periode 2009 hingga 2012. Praktik semacam ini berdampak pada ketidakstabilan harga di pasar dan menurunkan kemampuan konsumen untuk memperoleh produk dengan harga yang kompetitif. Studi ini menggunakan metode penelitian yuridis-normatif dengan menggabungkan pendekatan konseptual dan pendekatan peraturan perundang-undangan guna mengkaji dampak larangan kartel terhadap perlindungan konsumen dan efektivitas regulasi yang berlaku. Hasil kajian menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum yang signifikan bagi perlindungan hak-hak konsumen yang dirugikan oleh praktik kartel, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak atas kompensasi, serta hak untuk menempuh upaya hukum. Diharapkan keberadaan regulasi tersebut mampu memperkuat perlindungan terhadap konsumen, mendorong keterbukaan dalam aktivitas usaha, dan menciptakan iklim bisnis yang adil serta beretika. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pengawasan oleh otoritas yang berwenang guna memastikan bahwa aktivitas bisnis dijalankan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku serta untuk mencegah terulangnya praktik-praktik yang merugikan dalam periode yang dikaji.</p>
Final Revised: 30-04-2025	
Accepted: 03-05-2025	
Published: 03-05-2025	
	<p>Kata Kunci: Kartel, Perlindungan Konsumen, Persaingan Usaha, Regulasi, Hukum Ekonomi</p>
	<p><b>Abstract</b></p> <p><i>A cartel is an action taken by a group of corporate operators with the ultimate goal of hurting consumers by eradicating market competition. Six businesses were found guilty of price-fixing and production restrictions between 2009 and 2012 in the tire cartel, one of the cartel cases in Indonesia. This technique restricted consumers' access to competitively priced products and resulted in unjust price hikes. In order to examine the effects of the tire cartel on consumer protection and the efficacy of current restrictions, this study uses a normative juridical method with a conceptual and statutory approach. According to the findings, Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection is essential in giving customers harmed by cartels legal protections like the right to truthful information, the right to compensation, and the ability to file a lawsuit. It is anticipated that the presence of such legislation will support fair competition, increase corporate transparency, and bolster consumer</i></p>

---

---

*protection initiatives. Stricter oversight by the appropriate authorities is therefore required to guarantee corporate players' compliance and stop cartel activity in the future.*

**Keywords:** *Cartel, Consumer Protection, Business Competition, Regulation, Economic Law*

---

**Corresponding Author:**

Email:

This article is licensed under



## PENDAHULUAN

Kartel adalah jenis perjanjian antara pemilik usaha dan pesaing mereka yang bertujuan untuk melemahkan hubungan di antara mereka. Secara umum, kartel adalah kerja sama antara produsen dalam suatu industri untuk mengendalikan produksi, penetapan harga, dan penjualan guna menciptakan monopoli atas suatu komoditas atau industri. Asosiasi dagang bersama para anggotanya merupakan dasar pembentukan kartel. Kartel juga dikenal sebagai sindikat, yaitu perjanjian tertulis antara beberapa perusahaan dalam industri tertentu untuk menganalisis dan mengevaluasi faktor-faktor seperti harga dan wilayah pemasaran dengan tujuan mengurangi biaya perdagangan dan meningkatkan keuntungan.

Kartel tidak semata-mata memberikan keuntungan bagi produsen atau pelaku usaha, melainkan dalam beberapa kasus juga dapat berdampak pada produk itu sendiri maupun konsumen. Namun demikian, dampak negatif dari keberadaan kartel cenderung lebih dominan, khususnya dalam memunculkan praktik-praktik monopolistik yang dilakukan oleh anggotanya. Praktik tersebut berkontribusi terhadap penurunan efisiensi alokasi sumber daya, yang salah satunya tercermin dalam munculnya kerugian bobot mati (deadweight loss). Kerugian ini umumnya terjadi akibat tekanan produksi yang dilakukan oleh perusahaan monopoli untuk mempertahankan harga jual yang tinggi di pasar. Bagi konsumen, keberadaan kartel menjadi hambatan bagi terciptanya kualitas produk yang kompetitif, variasi harga yang wajar, serta layanan purna jual yang optimal.

Di banyak yurisdiksi internasional, praktik kartel dikategorikan sebagai tindakan ilegal secara mutlak, yang berarti perjanjian kartel dianggap melanggar hukum begitu terbukti memenuhi unsur-unsur pelanggaran, tanpa mempertimbangkan akibat yang ditimbulkan atau adanya justifikasi. Di Indonesia, pengaturan mengenai larangan perjanjian kartel tercantum dalam Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal ini menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang membuat kesepakatan dengan pesaingnya yang bertujuan memengaruhi harga melalui pengendalian terhadap produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa, yang pada akhirnya dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat.

Ketentuan ini menegaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh melakukan perjanjian dengan kompetitornya yang berdampak pada pengaturan harga, kecuali jika dapat dibuktikan bahwa perjanjian tersebut tidak menimbulkan kerugian terhadap persaingan. Oleh karena itu, Pasal 11 menganut prinsip rule of reason, yakni pendekatan hukum yang

mensyaratkan adanya analisis terlebih dahulu terhadap dampak suatu tindakan terhadap kondisi persaingan di pasar sebelum dapat diklasifikasikan sebagai pelanggaran hukum.

PT Bridgestone Tire Indonesia, PT Sumi Rubber Indonesia, PT Gajah Tunggul (GJTL), PT Goodyear Indonesia (GDYR), PT Elang Perdana Tyre Industry, dan PT Industri Karet Deli merupakan contoh pelaku usaha yang terlibat dalam praktik persaingan usaha tidak sehat, khususnya dalam bentuk kartel di sektor industri ban. Dari tahun 2009 hingga 2012, perusahaan-perusahaan tersebut terbukti melakukan koordinasi dalam penetapan harga dan pengendalian produksi ban kendaraan penumpang untuk ukuran ring 13 hingga ring 16. Fakta-fakta tersebut terungkap dalam rapat presidium Asosiasi Pengusaha Ban Indonesia (APBI) pada periode yang sama, yang kemudian dijadikan dasar oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam pemeriksaan perkara Nomor 08/KPPU-I/2014. Dalam keputusan tersebut, KPPU menyatakan bahwa tindakan kolektif yang dilakukan oleh karyawan dari keenam perusahaan tersebut melanggar prinsip-prinsip persaingan usaha sehat. Sebagai bentuk sanksi, masing-masing perusahaan dikenakan denda sebesar Rp25 juta, dengan total akumulasi mencapai Rp150 juta.

Dalam konteks ini, keberadaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 memainkan peran penting dalam menegakkan prinsip demokrasi ekonomi serta menjaga keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan masyarakat. Salah satu instrumen penting dari undang-undang ini adalah pelarangan terhadap praktik kartel, yang secara langsung berkaitan dengan upaya perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen tidak hanya ditujukan untuk mengatasi kerugian akibat praktik bisnis yang merugikan, tetapi juga untuk mencegah potensi kerusakan atau kecelakaan akibat informasi yang menyesatkan, harga yang tidak wajar, maupun produk yang tidak memenuhi standar.

Di Indonesia, perlindungan konsumen secara khusus diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini memberikan sejumlah hak penting kepada konsumen, seperti hak memperoleh informasi yang benar, hak atas perlakuan yang adil, hak untuk mengajukan keberatan atau tuntutan hukum, serta hak atas kualitas barang dan jasa. Dalam konteks praktik kartel, undang-undang ini menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh pengembalian dana atau ganti rugi apabila ditemukan pelanggaran terhadap hak-haknya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya dilindungi secara pasif, tetapi juga memiliki alat hukum untuk melakukan tindakan yang sah melalui jalur pengadilan.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 juga mewajibkan produsen dan distributor untuk memberikan informasi yang jelas, akurat, dan tidak menyesatkan mengenai produk yang mereka tawarkan, termasuk dalam hal harga dan komposisi bahan. Apabila terjadi pelanggaran dalam bentuk penyampaian informasi yang keliru atau manipulatif, maka konsumen berhak mengajukan klaim ganti rugi atas kerugian yang diderita. Oleh karena itu, dari sudut pandang perlindungan konsumen, larangan terhadap praktik kartel tidak hanya bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang kompetitif, tetapi juga menjamin hak-hak konsumen secara utuh.

Dengan adanya ketentuan hukum tersebut, diharapkan konsumen dapat bertransaksi dengan rasa aman dan penuh tanggung jawab, sementara pelaku usaha, baik produsen maupun distributor, terdorong untuk menjalankan praktik bisnis secara jujur, transparan, dan memberikan harga yang wajar di pasar. Hal ini akan menciptakan ekosistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan.

Mengingat dasar hal tersebut, penulis membahas lebih rinci mengenai kolusi yang dilakukan oleh perusahaan yang terlibat dalam praktik bisnis yang tidak aman, seperti kartel. Dalam kasus kartel penetapan harga ban mobil yang diinisiasi oleh 6 PT, kartel tersebut menyebabkan harga ban menjadi lebih tinggi dari yang seharusnya untuk jenis ban mobil penumpang dengan ukuran 13, 14, 15, dan 16. Konsumen yang menjadi korban dari praktik penjualan ban tersebut dapat dilihat dari urgensi dalam kasus ini. Peraturan dan undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dapat menjadi landasan untuk perlindungan konsumen yang menjadi korban dalam kasus ban mobil ini.

Berdasarkan tabel di atas, masalah yang belum dibahas oleh penulis adalah bagaimana menjelaskan Pasal 5 tentang Penetapan Harga dan Pasal 11 tentang Kartel dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terkait perlindungan konsumen dalam Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Surat Edaran No. 08/KPPU-I/2014 tentang Larangan Perusahaan Kendaraan Bermotor.

## **METODE PENELITIAN**

Artikel ini disusun berdasarkan metode penelitian yuridis-normatif yang bertumpu pada analisis terhadap prinsip-prinsip hukum sebagai dasar dalam menjelaskan permasalahan yang dikaji. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mencakup pendekatan konseptual serta pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yang dimaksudkan untuk memperluas pemahaman dan pengembangan ilmu hukum melalui telaah terhadap konsep-konsep hukum serta isu-isu kontemporer yang relevan dengan topik pembahasan. Data dan informasi dalam artikel ini diperoleh melalui analisis bahan pustaka atau dokumen tertulis, dengan menghimpun berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, dan karya akademik lainnya. Teknik analisis yang diterapkan adalah metode deskriptif-analitis, yaitu dengan memusatkan perhatian pada permasalahan tertentu dan mengaitkannya dengan literatur yang relevan, pendapat para pakar, serta hasil-hasil kajian yang telah dilakukan sebelumnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Praktik Penetapan Harga dan Upaya Perlindungan Konsumen. Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur mengenai larangan perjanjian penetapan harga. Inti dari ketentuan ini adalah bahwa pelaku usaha dilarang menjalin kesepakatan dengan pelaku usaha lainnya untuk menetapkan harga barang atau jasa yang harus dibayarkan oleh konsumen dalam suatu pasar yang sama. Namun, ketentuan ini tidak berlaku dalam dua kondisi khusus: pertama, apabila perjanjian dilakukan dalam kerangka kerja sama usaha patungan (*joint venture*); kedua, apabila perjanjian tersebut berdasarkan pada ketentuan undang-undang yang berlaku.

Pasal ini mengandung beberapa unsur penting yang mendefinisikan ruang lingkup pelanggaran penetapan harga secara lebih rinci. Pertama adalah unsur pelaku usaha, sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 angka 5 UU No. 5 Tahun 1999, yaitu setiap orang atau entitas, baik berbadan hukum maupun tidak, yang menjalankan atau turut serta dalam kegiatan usaha di wilayah hukum Indonesia, baik secara mandiri maupun bersama pihak lain melalui suatu bentuk perjanjian. Kedua adalah unsur perjanjian, yang merujuk pada setiap bentuk kesepakatan baik tertulis maupun tidak tertulis—yang menjalin hubungan usaha antar pelaku usaha, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 7 undang-undang yang sama.

Selanjutnya, terdapat unsur pelaku usaha pesaing, yang merujuk pada pelaku usaha lain yang bergerak di pasar yang sama dan menjadi pihak yang relevan dalam penilaian praktik persaingan. Selain itu, unsur harga pasar mengacu pada nilai transaksi yang disepakati oleh para pihak atas barang atau jasa yang dipertukarkan. Adapun unsur barang, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 16 UU No. 5 Tahun 1999, mencakup segala bentuk benda—baik berwujud maupun tidak, serta bergerak maupun tetap—yang dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha. Sementara itu, unsur jasa diatur dalam Pasal 1 angka 17 undang-undang yang sama, dan mencakup berbagai layanan, baik dalam bentuk keterampilan maupun pelayanan umum, yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pelaku usaha.

Dalam konteks konsumen, dikenal dua kategori, yakni konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah individu yang menggunakan produk atau jasa untuk kepentingan pribadi atau rumah tangga, sedangkan konsumen antara menggunakan produk tersebut sebagai bagian dari proses produksi barang atau jasa lainnya. Definisi konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 angka 15 UU No. 5 Tahun 1999 mencakup individu yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya sendiri atau kebutuhan pihak lain.

Sementara itu, perlindungan terhadap konsumen juga diperkuat dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia di pasar, baik untuk keperluan pribadi, keluarga, orang lain, maupun konsumsi sehari-hari, dan bukan untuk tujuan komersial. Definisi ini menegaskan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen mencakup hak atas informasi yang benar, hak atas keamanan produk, serta hak untuk memperoleh layanan secara adil dan tidak merugikan.

Berdasarkan rumusan tersebut, konsumen cenderung membeli atau menggunakan barang dan/atau jasa untuk kebutuhan mereka sendiri, baik bersifat pribadi, sosial, maupun agama, dan tidak untuk disalahgunakan.

a. Unsur Pasar

Seperti yang tercantum dalam Pasal 1 Ayat (1) Nomor 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, “pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut” merupakan salah satu contoh pasar.

b. Unsur Patungan Usaha

Pembagi keuntungan dan menanggung kerugian yang ditambasi secara proporsional berdasarkan perjanjian tersebut merujuk pada usaha yang didirikan melalui kerja sama dua atau lebih individu untuk melakukan kegiatan ekonomi bersama.

Dalam kajian ilmu ekonomi, praktik penetapan harga (*price fixing*) di antara perusahaan yang bersaing dalam suatu pasar dikategorikan sebagai salah satu bentuk kolusi. Kolusi sendiri mengacu pada kondisi di mana beberapa perusahaan dalam suatu industri melakukan koordinasi dalam pengambilan keputusan bisnis dengan tujuan utama untuk meningkatkan keuntungan bersama. Bentuk koordinasi dalam kolusi ini dapat mencakup beberapa aspek penting, antara lain :

1. Kesepakatan Harga – Perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kolusi dapat menetapkan harga minimum atau menyepakati harga jual tertentu untuk produk atau layanan mereka. Langkah ini bertujuan untuk menghindari persaingan harga

yang dapat menekan profitabilitas mereka dan menjaga stabilitas pendapatan di antara anggota kolusi.

2. Pembagian Wilayah Pasar – Para pelaku usaha yang berkolusi dapat mencapai kesepakatan untuk membagi area operasional mereka sehingga masing-masing perusahaan memiliki wilayah tertentu tanpa adanya persaingan langsung. Dengan demikian, setiap perusahaan dapat menikmati posisi dominan di wilayah yang telah ditentukan, mengurangi tekanan kompetitif, dan memaksimalkan pendapatan mereka.
3. Pengendalian Jumlah Produksi – Kolusi juga dapat terjadi dalam bentuk pembatasan jumlah barang atau jasa yang diproduksi oleh setiap perusahaan. Dengan membatasi pasokan di pasar, harga dapat tetap tinggi karena kelangkaan produk, sehingga memungkinkan perusahaan-perusahaan tersebut memperoleh keuntungan lebih besar daripada jika mereka bersaing secara bebas.

Beberapa aspek yang telah disebutkan sebelumnya cenderung menimbulkan dampak negatif bagi konsumen. Salah satu kerugian utama adalah meningkatnya harga barang dan jasa akibat adanya kesepakatan harga di antara perusahaan-perusahaan yang berkolusi. Dalam kondisi ini, konsumen terpaksa membayar lebih mahal dibandingkan dengan harga yang seharusnya terbentuk melalui mekanisme persaingan bebas.

Selain itu, pembatasan jumlah barang dan/atau jasa yang ditawarkan di pasar juga merugikan konsumen. Dengan adanya pengurangan pasokan, pilihan yang tersedia menjadi lebih sedikit dibandingkan dengan kondisi pasar yang kompetitif. Akibatnya, konsumen tidak hanya menghadapi harga yang lebih tinggi, tetapi juga keterbatasan dalam memperoleh produk atau layanan yang mereka butuhkan.

### **Praktek Kartel dan Perlindungan Konsumen**

Salah satu jenis perjanjian yang dibahas sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah kartel. Ada beberapa variasi kata “kartel” dalam bahasa yang berbeda, seperti ‘kartel’ dalam bahasa Inggris dan “kartel” dalam bahasa Belanda. Dalam konteks ekonomi dan bisnis, kartel juga sering disebut sebagai sindikat, yang merujuk pada kesepakatan khusus antara beberapa perusahaan yang beroperasi di industri yang sama.

Kesepakatan ini bertujuan untuk mengatur serta mengendalikan berbagai aspek dalam pasar, seperti penetapan harga, pembagian wilayah pemasaran, dan aspek lainnya yang dapat memengaruhi persaingan usaha. Dengan adanya pengaturan semacam ini, kartel berupaya mengurangi atau bahkan menekan persaingan dalam suatu pasar guna memperoleh keuntungan yang lebih besar bagi anggotanya, sering kali dengan mengorbankan kepentingan konsumen dan pelaku usaha lain di luar kelompok kartel.

The main elements of a cartel agreement include a few aspects, including, but not limited to, the involvement of business actors, binding agreements, links with competing business actors, and the purpose of lowering prices, evaluating products, and/or altering the distribution of goods and services in the marketplace. The impact of cartel agreements may result in monopolistic practices and unhealthy business practices, which eventually lead to harm to consumers and the operation of other businesses outside the cartel group.

According to the elements stated in Article 11 of Law Number 5 of 1999, it is evident that cartel agreements have a silent impact on consumers. The goods and/or services that are priced and produced through cartel agreements are necessities that the general public uses on a long-term basis. Due to this, cartels may cause consumers to pay higher prices when compared to states of healthy business operations.

As an organization dedicated to monitoring business practices in Indonesia, the Business Competition Supervisory Commission (KPPU) has a crucial role in preventing

and promoting business practices. In accordance with the provisions outlined in Article 36 of Law No. 5 of 1999, KPPU is obligated to carry out legal enforcement actions against cartel participants, whether based on their own intentions or on the opinions of the general public. In light of this, KPPU is working to ensure that business operations in Indonesia continue to proceed in a safe and orderly manner.

Pertanyaan mendasar yang sering muncul di kalangan masyarakat adalah apakah keberadaan hukum yang mengatur larangan praktik usaha curang, seperti hukum anti-monopoli, secara otomatis akan meningkatkan kesejahteraan konsumen. Secara teoritis, regulasi yang mencegah monopoli dan praktik bisnis yang tidak sehat memang dirancang untuk memberikan manfaat ganda: di satu sisi, melindungi kepentingan konsumen, dan di sisi lain, menciptakan lingkungan usaha yang lebih kompetitif dan kondusif bagi pelaku usaha.

Dari perspektif konsumen, penerapan hukum anti-monopoli memberikan dua keuntungan utama. Pertama, konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam memperoleh barang atau jasa karena tidak ada dominasi tunggal oleh satu pelaku usaha. Keberagaman pilihan ini memungkinkan konsumen untuk menyesuaikan keputusan pembelian mereka berdasarkan preferensi individu, kualitas, dan harga. Kedua, dengan adanya persaingan yang sehat di antara para pelaku usaha, harga barang dan jasa cenderung lebih kompetitif. Kompetisi mendorong efisiensi produksi dan inovasi, yang pada akhirnya dapat menekan harga dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Namun, dalam praktiknya, efektivitas hukum persaingan usaha dalam meningkatkan kesejahteraan konsumen sangat bergantung pada implementasi dan penegakan hukumnya. Tanpa pengawasan yang ketat serta tindakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran, tujuan dari regulasi ini mungkin tidak sepenuhnya tercapai. Oleh karena itu, peran otoritas seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menjadi sangat krusial dalam memastikan bahwa kebijakan anti-monopoli benar-benar memberikan manfaat nyata bagi konsumen dan pelaku usaha.

## **Perlindungan Konsumen dalam Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)**

### **Posisi Kasus**

Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam perkara Nomor 08/KPPU-I/2014 berawal dari adanya dugaan pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 ayat (1) dan Pasal 11 dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang berkaitan dengan praktik kartel dalam industri ban kendaraan bermotor roda empat. Dugaan tersebut melibatkan enam perusahaan, yaitu: (1) PT Bridgestone Tire Indonesia yang beralamat di The Plaza Office Tower, Jakarta Pusat; (2) PT Sumi Rubber Indonesia yang berkantor di Wisma Indomobil, Jakarta Timur; (3) PT Gajah Tunggal, Tbk., yang berlokasi di Wisma Hayam Wuruk, Jakarta Pusat; (4) PT Goodyear Indonesia, Tbk., yang berkedudukan di Kota Bogor, Jawa Barat; (5) PT Elang Perdana Tyre Industry di Kabupaten Bogor, Jawa Barat; dan (6) PT Industri Karet Deli yang beralamat di Medan, Sumatera Utara. Dalam laporan tersebut, keenam perusahaan diduga melakukan kesepakatan harga dalam kerangka keanggotaan Asosiasi Perusahaan Ban Indonesia (APBI), yang dapat dikategorikan sebagai praktik kartel antarpelaku usaha sejenis di pasar domestik.

Setelah menerima laporan tersebut, KPPU memulai proses penelitian dan klarifikasi awal yang kemudian dilanjutkan dengan tahap pemeriksaan pendahuluan. Pada tahap ini, Tim Pemeriksa mendengarkan keterangan dari seluruh terlapor, yaitu dari pihak

I hingga VI. Dari hasil pemeriksaan pendahuluan tersebut, ditemukan indikasi awal yang cukup kuat untuk melanjutkan perkara ke tahap pemeriksaan lanjutan. Tahapan lanjutan ini mencakup pendalaman fakta melalui keterangan para terlapor, saksi-saksi terkait, serta pendapat dari para ahli yang dihadirkan dalam persidangan.

Dari rangkaian proses tersebut, diperoleh fakta hukum yang menyatakan bahwa seluruh pihak terlapor, yaitu dari I hingga VI, terbukti melakukan pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 ayat (1) dan Pasal 11 UU No. 5 Tahun 1999. Pasal 5 ayat (1) melarang setiap pelaku usaha untuk bersepakat dengan pesaing dalam menetapkan harga barang atau jasa yang dijual di pasar yang sama. Tujuan utama dari larangan ini adalah untuk menjaga agar persaingan pasar tetap sehat dan tidak terjadi manipulasi harga yang merugikan konsumen. Praktik penetapan harga secara kolektif dianggap sebagai bentuk pengendalian pasar yang bertentangan dengan prinsip dasar ekonomi pasar bebas.

Sementara itu, Pasal 11 mengatur larangan terhadap kesepakatan antar pelaku usaha yang berupaya memengaruhi harga melalui pengendalian terhadap produksi dan distribusi barang atau jasa. Kesepakatan semacam ini berpotensi menciptakan struktur pasar yang tidak kompetitif, karena memungkinkan terjadinya monopoli atau oligopoli yang mengganggu keberlangsungan persaingan usaha yang sehat. Dalam hal ini, perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam perjanjian tersebut dapat menentukan arah pasar secara sepihak, baik dengan cara mengurangi jumlah produksi maupun menaikkan harga secara simultan.

Pelanggaran terhadap kedua pasal tersebut didukung oleh temuan bukti yang berasal dari dokumentasi rapat-rapat presidium APBI antara tahun 2009 hingga 2012. Rapat-rapat tersebut mengindikasikan adanya kesepakatan antara para pelaku usaha dalam menetapkan strategi pengurangan produksi dan pengaturan harga. Hal ini mengakibatkan gangguan terhadap mekanisme pasar yang seharusnya berjalan secara alamiah, serta berdampak merugikan baik konsumen maupun pelaku usaha lain yang tidak terlibat dalam perjanjian kartel tersebut.

Fakta-fakta lain yang terungkap dalam persidangan terkait kasus kartel ban ini menunjukkan adanya koordinasi yang dilakukan oleh anggota Asosiasi Perusahaan Ban Indonesia (APBI) dalam upaya mengendalikan harga dan pemasaran produk mereka di pasar. Salah satu temuan utama adalah adanya rapat-rapat yang diselenggarakan oleh APBI pada periode 2008 hingga 2010, di mana anggota kartel secara aktif mencapai kesepakatan untuk tidak menurunkan harga secara signifikan (membanting harga) di antara sesama anggota.

Lebih lanjut, fakta yang memperkuat dugaan kartel adalah pernyataan langsung dari Ketua APBI yang menegaskan adanya kesepakatan yang sebenarnya bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pernyataan ini bahkan mendapat persetujuan aklamasi dari seluruh anggota APBI yang hadir dalam rapat tersebut, yang mengindikasikan adanya keterlibatan kolektif dalam praktik yang melanggar hukum persaingan usaha.

Selain itu, ditemukan pula bukti adanya kesepakatan dalam rapat yang diselenggarakan pada 26 Januari 2010 di Hotel Nikko. Dalam pertemuan tersebut, anggota APBI sepakat untuk menahan diri dalam persaingan serta mengontrol pemasaran ban mereka. Tujuan dari kesepakatan ini adalah untuk memastikan agar pasar ban tetap stabil, terutama dalam menghadapi meningkatnya permintaan di pasar. Namun, kesepakatan ini pada dasarnya bertujuan untuk mengendalikan harga dan membatasi persaingan, yang berpotensi merugikan konsumen dengan menahan harga pada tingkat yang tidak wajar.

Setelah itu, ditemukan pula bukti adanya pertemuan lain dalam bentuk rapat presidium antara anggota APBI yang diselenggarakan pada 25 Februari 2010 di Hotel Nikko. Dalam rapat ini, disepakati bahwa para anggota APBI akan mengkomunikasikan strategi untuk mengamankan pasar mereka. Tujuan utama dari kesepakatan tersebut adalah menjaga stabilitas pasar secara kolektif agar kondisi pasar tetap terpelihara sesuai dengan kepentingan para anggota.

Selanjutnya, dalam proses penyelidikan, ditemukan bukti tambahan dari hasil rapat yang diadakan pada 19 April 2010. Dalam pertemuan ini, anggota APBI diminta untuk kembali mengaktifkan mekanisme pemantauan pasar (monitoring market) mulai Mei 2010. Selain itu, kesepakatan lain yang dihasilkan dalam rapat tersebut adalah instruksi kepada anggota APBI untuk mengontrol pemasaran produk ban mereka guna memastikan bahwa kondisi pasar tetap stabil dan sesuai dengan yang mereka harapkan.

Berdasarkan serangkaian temuan ini, KPPU tidak hanya berpegang pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam menentukan ada atau tidaknya pelanggaran hukum oleh APBI, tetapi juga menggunakan metode Harrington. Metode ini diterapkan untuk menganalisis pola perilaku para anggota APBI dan memastikan apakah mereka memang secara sistematis terlibat dalam praktik kartel yang mengarah pada persaingan usaha yang tidak sehat. Melalui pendekatan ini, KPPU dapat mengidentifikasi sejauh mana koordinasi yang dilakukan oleh APBI berkontribusi terhadap pembatasan kompetisi dan dampaknya terhadap pasar serta konsumen.

Berdasarkan seluruh pertimbangan yang telah diungkap sebelumnya, KPPU akhirnya memutuskan untuk menjatuhkan sanksi kepada Terlapor I hingga VI dengan mewajibkan mereka membayar denda sebesar 25 miliar rupiah. Denda ini harus disetorkan ke kas negara sebagai bagian dari penerimaan negara atas pelanggaran hukum di bidang persaingan usaha yang dilakukan oleh APBI.

Selain pemberian sanksi finansial, KPPU juga memberikan rekomendasi kepada Kementerian Perindustrian untuk melakukan pembinaan terhadap APBI. Pembinaan ini bertujuan agar APBI dan anggotanya dapat sepenuhnya mematuhi ketentuan yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dengan langkah ini, diharapkan praktik-praktik kartel yang menghambat persaingan usaha dan merugikan konsumen tidak lagi terjadi di masa mendatang.

Kartel menggunakan berbagai metode untuk mengkoordinasikan kegiatan mereka guna mengendalikan pasar dan mengurangi tingkat persaingan. Beberapa cara yang umum digunakan antara lain pengaturan produksi, penetapan harga secara horizontal, kolusi dalam proses tender, pembagian wilayah pemasaran, segmentasi konsumen secara non-teritorial, serta pembagian pangsa pasar di antara para anggotanya. Tujuan utama dari praktik-praktik ini adalah untuk menciptakan stabilitas pasar yang menguntungkan bagi anggota kartel dengan membatasi persaingan dan mempertahankan harga pada tingkat yang menguntungkan mereka.

Namun, penting untuk disadari bahwa membentuk kartel yang benar-benar efektif bukanlah hal yang mudah. Meskipun ada kesepakatan di antara para anggotanya, tetap ada kecenderungan bagi pelaku usaha untuk mengejar kepentingan individu guna memaksimalkan keuntungan perusahaan masing-masing. Dalam beberapa kasus, anggota kartel mungkin tergoda untuk melanggar kesepakatan dengan menurunkan harga atau meningkatkan produksi demi memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun kartel dapat bertahan dalam jangka waktu tertentu, sering kali keberlangsungannya menghadapi tantangan akibat dinamika internal dan insentif individu yang mendorong pelaku usaha untuk bersaing.

Harus ada beberapa syarat dalam terjadinya sebuah kartel adalah harus adanya kesepakatan perjanjian atau kolusi antara pelaku usaha. Ada dua bentuk kolusi dalam kartel, yaitu:

Kolusi dalam praktik kartel dapat terbagi menjadi dua bentuk utama: kolusi eksplisit dan kolusi diam-diam.

1. Kolusi Eksplisit terjadi ketika para anggota kartel secara terbuka mengomunikasikan dan mengoordinasikan kesepakatan mereka melalui dokumen tertulis, seperti perjanjian formal, kebijakan bersama, data audit kolektif, laporan penjualan, serta kebijakan tertulis mengenai pengaturan pasar. Dengan adanya dokumen-dokumen ini, kesepakatan di antara anggota kartel dapat dibuktikan secara langsung melalui bukti administratif dan pencatatan rapat.
2. Kolusi Diam-Diam merupakan bentuk koordinasi yang lebih terselubung, di mana para pelaku usaha dalam kartel tidak secara terang-terangan berkomunikasi atau menyepakati perjanjian secara resmi. Sebaliknya, mereka sering mengadakan pertemuan secara rahasia dan menggunakan media seperti asosiasi industri sebagai kedok untuk menyamarkan praktik anti-persaingan mereka. Dalam banyak kasus, pertemuan asosiasi ini dikemas dalam bentuk kegiatan legal, sehingga sulit dideteksi oleh aparat penegak hukum.

Dari pengalaman di berbagai negara, sekitar 30% kasus kartel diketahui melibatkan asosiasi industri sebagai sarana koordinasi anggotanya. Dalam kasus kartel ban di Indonesia, para pelaku kartel menggunakan metode kolusi diam-diam dengan membentuk Asosiasi Perusahaan Ban Indonesia (APBI) sebagai wadah komunikasi mereka. Namun, kasus ini juga dapat dikategorikan sebagai kolusi eksplisit, mengingat adanya bukti konkret berupa risalah rapat asosiasi yang berisi kesepakatan mengenai penahanan produksi dan pengaturan harga. Hal ini menunjukkan bahwa APBI tidak hanya berfungsi sebagai asosiasi industri biasa, tetapi juga sebagai sarana bagi para anggotanya untuk menjalankan strategi kartel yang bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat.

Sebagai lembaga yang diberi mandat oleh Undang-Undang untuk mengawasi persaingan usaha di Indonesia, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) memiliki tanggung jawab utama dalam mencegah dan menindak praktik kartel. Sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 36 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, KPPU memiliki kewenangan untuk melakukan penegakan hukum terhadap kasus kartel, baik atas inisiatif sendiri maupun berdasarkan laporan dari masyarakat.

### **Indikator Awal Identifikasi Kartel**

Untuk menentukan apakah sebuah kasus memenuhi kriteria awal dugaan kartel, KPPU dapat menggunakan berbagai indikator yang menunjukkan adanya koordinasi di antara pelaku usaha yang mengarah pada praktik kartel. Indikator ini berfungsi sebagai bukti awal sebelum dilakukan penyelidikan lebih lanjut.

Secara teori, terdapat dua faktor utama yang dapat mendorong atau memfasilitasi terbentuknya kartel, yaitu:

1. Faktor Struktural
  - Pasar yang terkonsentrasi pada beberapa pelaku usaha utama, sehingga memudahkan koordinasi.
  - Produk yang bersifat homogen, sehingga lebih mudah disepakati standar harga atau produksi.

- Hambatan masuk yang tinggi bagi pelaku usaha baru, yang memungkinkan anggota kartel mempertahankan kontrol pasar.
- Tingkat transparansi informasi yang tinggi di antara pelaku usaha, sehingga mereka dapat dengan mudah memantau kepatuhan anggota kartel terhadap kesepakatan.

## 2. Faktor Perilaku

- Adanya pola kesepakatan harga yang seragam di antara pelaku usaha tanpa adanya alasan ekonomi yang jelas.
- Indikasi adanya pembagian wilayah atau pangsa pasar yang tidak didasarkan pada mekanisme persaingan yang sehat.
- Konsistensi dalam strategi produksi atau distribusi antarperusahaan dalam jangka waktu tertentu.
- Bukti adanya komunikasi yang menunjukkan koordinasi di antara pelaku usaha, baik secara eksplisit maupun terselubung.

Dengan mengidentifikasi faktor-faktor ini, KPPU dapat melakukan analisis lebih mendalam untuk memastikan apakah suatu praktik usaha mengarah pada kartel dan apakah tindakan penegakan hukum perlu dilakukan.

Secara umum, ketentuan ini sangat bermanfaat sebagai sumber informasi bagi masyarakat, terutama bagi pelaku usaha, agar mereka dapat memahami secara jelas indikasi awal yang dapat dikategorikan sebagai praktik kartel. Dengan adanya pemahaman ini, pelaku usaha diharapkan dapat menghindari keterlibatan dalam tindakan yang melanggar hukum persaingan usaha.

Selain itu, pemahaman mengenai indikator kartel juga berperan sebagai proses pembelajaran yang dapat digunakan untuk terus menyempurnakan metode identifikasi dan deteksi praktik kartel. Dengan semakin baiknya mekanisme identifikasi, pihak-pihak terkait terutama konsumen akan lebih mampu mengenali dan melaporkan praktik anti-persaingan yang mereka temui.

Lebih jauh, kesadaran masyarakat terhadap praktik kartel memungkinkan mereka untuk menggugat atau setidaknya melaporkan pelaku usaha yang terindikasi melakukan tindakan tersebut. Hal ini menjadi penting mengingat dampak dari praktik kartel sangat merugikan, tidak hanya bagi konsumen dalam bentuk harga yang lebih tinggi dan pilihan yang terbatas, tetapi juga bagi negara karena menurunnya efisiensi pasar serta berkurangnya inovasi akibat kurangnya persaingan sehat. Dengan demikian, pengawasan yang lebih ketat dan partisipasi aktif masyarakat dapat membantu menciptakan lingkungan usaha yang lebih adil dan kompetitif.

Praktik kartel bertentangan dengan konsep dasar perekonomian nasional Indonesia, yaitu demokrasi ekonomi dalam wujud kerakyatan. Sistem ini menekankan pentingnya persaingan usaha yang sehat dan adil, yang memungkinkan industri berkembang secara inovatif serta memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Jika persaingan usaha yang sehat benar-benar terwujud di berbagai sektor industri, maka bukan hal yang mengejutkan jika inovasi-inovasi baru akan terus bermunculan. Dengan demikian, Indonesia dapat bergerak menuju ekonomi yang lebih produktif dan mandiri, serta mengurangi ketergantungan terhadap impor.

Sayangnya, dalam beberapa kasus, praktik kartel justru terjadi pada sektor-sektor yang menyangkut kebutuhan pokok masyarakat, seperti yang terlihat dalam kasus kartel ban. Bahkan, kebijakan pemerintah dalam bentuk peraturan perundang-undangan terkadang justru memfasilitasi praktik-praktik tersebut, sehingga menciptakan kesan bahwa kegiatan tersebut memiliki pembenaran yuridis. Akibatnya, kartel yang merugikan

konsumen dan menghambat persaingan tetap berlangsung dengan dalih kepatuhan terhadap regulasi. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemerintah dan lembaga pengawas seperti KPPU untuk terus memperkuat penegakan hukum dan meninjau ulang kebijakan yang berpotensi memberikan celah bagi praktik anti-persaingan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan dalam jurnal ini, dapat disimpulkan bahwa keberadaan regulasi persaingan usaha memainkan peran sentral dalam pembentukan tatanan bisnis yang sehat, transparan, dan berkeadilan. Dalam kerangka pelaksanaan hukum persaingan usaha di Indonesia, masih terdapat berbagai tantangan yang signifikan, baik yang bersifat normatif-regulatif, terkait penegakan hukum, maupun dalam aspek sosialisasi serta internalisasi nilai-nilai persaingan kepada para pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah tersedia, efektivitas implementasinya masih memerlukan perbaikan yang bersifat sistemik.

Beberapa poin krusial yang berhasil diidentifikasi dari kajian ini antara lain: pertama, dinamika regulasi yang berkembang mengikuti arah globalisasi ekonomi dan percepatan inovasi teknologi. Namun, inkonsistensi penerapan regulasi serta tumpang tindih aturan pada tingkat nasional masih menimbulkan ketidakpastian hukum bagi dunia usaha. Kedua, peran strategis Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga independen pengawas pasar sangat menentukan dalam menjaga keseimbangan struktur persaingan. Walaupun KPPU telah berhasil menyelesaikan berbagai kasus, efektivitas penegakan sanksi terhadap pelaku pelanggaran masih belum cukup memberikan efek jera secara optimal, terutama dalam kasus-kasus yang menyangkut perusahaan besar.

Ketiga, dalam konteks penegakan hukum, berbagai kendala masih menjadi hambatan serius, seperti lemahnya sinergi antarinstansi penegak hukum, keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran KPPU, serta rendahnya pemahaman aktor bisnis dan masyarakat mengenai pentingnya prinsip persaingan usaha yang adil. Keempat, praktik-praktik persaingan yang merugikan, seperti monopoli, oligopoli, dan pengaturan pasar, membawa dampak negatif terhadap struktur pasar secara keseluruhan. Beberapa di antaranya mencakup kenaikan harga secara tidak proporsional, menurunnya kualitas barang atau jasa, serta tertutupnya peluang inovasi dan pertumbuhan bisnis baru yang lebih kompetitif.

Selanjutnya, dari sisi dampak terhadap konsumen dan perekonomian, penerapan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat membawa manfaat langsung berupa harga yang lebih wajar, peningkatan kualitas layanan, serta dorongan terhadap inovasi yang berkelanjutan. Secara makro, terciptanya iklim persaingan yang sehat juga berkontribusi positif terhadap keberlanjutan ekonomi nasional karena mendorong efisiensi dan produktivitas di berbagai sektor industri.

Sebagai bentuk rekomendasi, dibutuhkan reformasi kebijakan yang bersifat menyeluruh dan berkelanjutan untuk memperkuat keberlakuan hukum persaingan usaha di Indonesia. Upaya ini mencakup harmonisasi regulasi lintas sektor, penguatan kapasitas kelembagaan KPPU baik dari segi teknis maupun struktural, serta peningkatan literasi hukum persaingan melalui program edukasi yang menasar pelaku usaha dan masyarakat luas. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan tercipta lingkungan usaha yang lebih kompetitif, transparan, dan berorientasi pada kepentingan publik, sehingga dapat menjamin keberlanjutan ekonomi nasional serta perlindungan optimal bagi konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A. M. T. (2003). *Larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat perse illegal dan rule of reason*. Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- Hermansyah. (2008). *Pokok-pokok hukum persaingan usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ibrahim, J. (2008). *Hukum persaingan usaha*. Malang: Bayumedia Publishing. 9793695684.
- Rokan, M. K. (2010). *Hukum persaingan usaha*. PT Raja Grafindo Persada.
- Margono, S. (2013). *Hukum anti monopoli*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Mardiharto Tjokrowasito. (n.d.). *Kebijakan persaingan pada industri jasa penerbangan dilihat dari perspektif perlindungan konsumen*. Retrieved from <http://www.bappenas.go.id/getfile-server/node/2940/>
- Nugroho, S. A., & Wahyudin, E. (2018). *Hukum persaingan usaha di Indonesia dalam teori dan praktik serta penerapan hukumnya*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Purba, H. (2003). Tinjauan terhadap holding company, trust, cartel, dan concern. Retrieved from <http://library.usu.ac.id/download/fh/perda-hasim1.pdf>
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. (1999).
- Kompasiana. (2016). *Mahkamah Agung memenangkan KPPU dalam perkara kartel ban*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/suryatama/579728b75fafbd110c8b4574/mahkamah-agung-menangkan-kppu-dalam-perkara-kartel-ban>
- Oto Detik. (2014). *Kartel ban: 6 produsen dari Goodyear hingga Gajah Tunggal dihukum KPPU*. Retrieved from <https://oto.detik.com/mobil/d-2797530/kartel-ban-6-produsen-dari-goodyear-hingga-gajah-tunggal-dihukum-kppu>